



| CONTENTS |

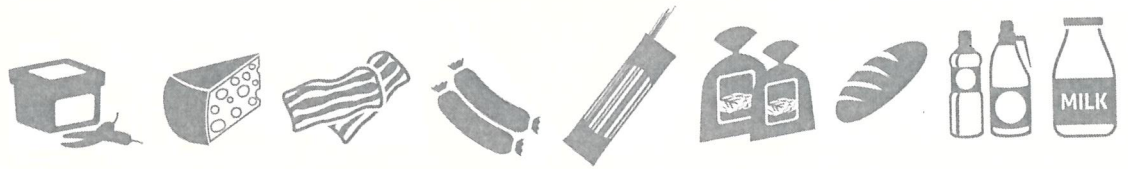
요약 - 주요 조사 결과

제 I 장 조사 개요

제1절 조사 개요	13
제2절 표본 설계	19
제3절 조사 품질 관리	22
제4절 모수 추정	24
제5절 응답 가구 특성	26

제 II 장 조사 결과

제1절 식품 구입 및 소비 행태 일반	29
1. 식품 구입 주기	29
2. 1회 식품 구입량	30
3. 식품 구입 평균 소요시간	31
4. 식품 관련 지출 변화	32
5. 식품 구입액 및 유형별 비중	34
6. 가공식품 구입 이유	35
7. 외식 및 배달/테이크아웃 지출액 및 비중	36
8. 식품 구입 장소	37
9. 식품 주 구입 장소 이용 이유	40
10. 온라인/모바일을 통한 식품 구입 이유	41
11. 향후 온라인/모바일 식품 구입 변화	42
12. 식품 정기배송 이용 여부	43
제2절 가공식품 품목별 구입 현황	44
1. 최근 3개월 간 품목별 구입 경험	44
2. 최근 1년 간 품목별 구입 변화	45
3. 최근 1년 간 품목별 온라인 구입 변화	45
4. 품목별 제품 구입 시 중요 요소	49
제3절 간편식 구입 현황	61
1. 간편식 최근 구입 경험	61
2. 간편식 구입 변화	62
3. 간편식 구입 이유	63



| CONTENTS |

4. 간편식 구입 빈도	64
5. 간편식 구입액	65
6. 간편식 구입 장소	66
7. 간편식 이용 장소 및 횟수	67
8. 간편식 이용 용도	68
제4절 유기 가공식품 구입 현황	69
1. 유기 가공식품/ 마크 인지도 및 구입 경험	69
2. 유기 가공식품 구입 변화	70
3. 유기 가공식품 구입 이유	72
4. 유기 가공식품 비구입 이유	73
5. 유기 가공식품 구입 시 중요 사항	74
6. 유기 가공식품 구입 장소	75
7. 유기 가공식품 주 구입 장소 이유	76
8. 유기 가공식품 구입 변화 예상	77
제5절 식품 소비 라이프 스타일	78
1. 식품 구입 성향	78
2. 식품 소비 태도	79
3. 식품에 기대하는 효용	81
4. 가공식품 구입 시 중요 요인	82
5. 가공식품 구입 시 확인 사항	84
6. 가공식품 정보 관심 사항	85
7. 가공식품 정보 신뢰 채널	86
8. 가공식품 구입 시 우려사항	87
9. 가공식품 구입 시 제품 브랜드 영향	88

부록1. 주요 통계표

부록2. 조사표



| CONTENTS |

..... 64	<표 1> 월 평균 식비 구입액	1
..... 65	<표 2> 최근 1년 내 식품 지출 변화	2
..... 66	<표 3> 식품 구입 장소별 이용 비율과 이용 이유	2
..... 67	<표 4> 가구 구성 형태별 최근 3개월 내 구입 경험률 - 품목별	5
..... 68	<표 5> 연령별 1인 가구 최근 3개월 내 구입 경험률 - 품목별	6
	<표 6> 가공식품 품목별 제품 구입 시 중요 요소(1순위)	7
..... 69	<표 7> 식품 소비 태도 상위 5항목	8
..... 69	<표 8> 간편식 구입 행태 요약	9
..... 70	<표 9> 유기가공식품 구입 행태 요약	9
..... 72	<표 10> 가공식품 정보 신뢰 채널(1순위 기준 상위 5개 채널)	10
..... 73		
..... 74	<표 I-1> 조사 설계	14
..... 75	<표 I-2> 조사 내용	15
..... 76	<표 I-3> 가공식품 분류 체계	16
..... 77	<표 I-4> 2015년 광역시도별 주택 유형별 일반 가구 및 가구원 수	19
	<표 I-5> 광역시도별, 읍면부별, 주택유형별 최종 표본 배분 현황	21
..... 78	<표 I-6> 조사 관련 기본정보	22
..... 78		
..... 79	<표 II-1> 식품 구입 주기	29
..... 81	<표 II-2> 1회 식품 구입량	30
..... 82	<표 II-3> 식품 구입 평균 소요 시간	31
..... 84	<표 II-4> 식품 관련 지출 변화	33
..... 85	<표 II-5> 식품 구입액 유형별 비중	34
..... 86	<표 II-6> 가공식품 구입 이유	35
..... 87	<표 II-7> 외식 및 배달/테이크아웃 지출액 및 비율	36
..... 88	<표 II-8> 식품 구입 장소	38
	<표 II-9> 주 구입 장소별 이용 가구 기본 특성 및 소비 태도	39
	<표 II-10> 온라인/모바일 식품 구입 이유	41
	<표 II-11> 온라인/모바일 식품 구입 변화 예상	42
	<표 II-12> 식품 정기배송 이용 여부	43
	<표 II-13> 가구 구성 형태별 최근 3개월 내 구입 경험률이 높은 품목	44
	<표 II-14> 최근 3개월 내 구입 경험률이 높은 품목	46
	<표 II-15> 품목별 제품 구입 시 중요 요소(1순위) - 가공식품 종합	49
	<표 II-16> 품목별 제품 구입 시 중요 요소 - 육류가공품, 알가공품	50
	<표 II-17> 품목별 제품 구입 시 중요 요소 - 조미수산가공품, 건조수산가공품	51
	<표 II-18> 품목별 제품 구입 시 중요 요소 - 즉석식품, 면류, 연식품	52



| CONTENTS |

..... 53	<그림 1> 가구 구성 형태별 소비 유형별 구성	1
..... 54	<그림 2> 식품 구입액별 가구 특성	3
..... 55	<그림 3> 최근 3개월 내 구입 품목수별 가구 수	4
..... 56	<그림 4> 식품 소비 태도 상위 5위 항목 가구 특성	8
..... 57	<그림 5> 식품 구입 성향별 가구 특성	10
..... 58		
..... 59	<그림 I-1> 에디팅 및 검증과정	23
..... 60		
..... 62	<그림 II-1> 식품 구입 주기	29
..... 62	<그림 II-2> 1회 식품 구입량	30
..... 63	<그림 II-3> 식품 구입 평균 소요 시간	31
..... 64	<그림 II-4> 식품 유형별 지출 변화	32
..... 65	<그림 II-5> 월 평균 식품 구입액 및 유형별 비중	34
..... 66	<그림 II-6> 가공식품 구입 이유	35
..... 67	<그림 II-7> 외식 및 배달/테이크아웃 지출액 및 비중	36
..... 68	<그림 II-8> 식품 구입 장소	37
..... 69	<그림 II-9> 식품 구입 금액과 구입 횟수 특징에 따른 주 구입 장소 분석	39
..... 71	<그림 II-10> 식품 주 구입 장소 이용 이유	40
..... 71	<그림 II-11> 온라인/모바일을 통한 식품 구입 이유	41
..... 72	<그림 II-12> 온라인/모바일 식품 구입 변화 예상	42
..... 73	<그림 II-13> 식품 정기배송 이용 여부	43
..... 74	<그림 II-14> 최근 1년 간 구입 증가 응답이 높은 품목	45
..... 75	<그림 II-15> 최근 1년 간 온라인 구입 증가 응답이 높은 품목	45
..... 77	<그림 II-16> 품목별 제품 구입 시 중요 요소 - 육류가공품, 알가공품	50
..... 78	<그림 II-17> 품목별 제품 구입 시 중요 요소 - 조미수산가공품, 건조수산가공품	51
..... 81	<그림 II-18> 품목별 제품 구입 시 중요 요소 - 즉석식품, 면류, 연식품	52
..... 83	<그림 II-19> 품목별 제품 구입 시 중요 요소 - 유제품, 유가공품	53
..... 83	<그림 II-20> 품목별 제품 구입 시 중요 요소 - 과일채소가공품, 김치류, 절임류	54
..... 84	<그림 II-21> 품목별 제품 구입 시 중요 요소 - 빵, 떡, 만두, 과자, 코코아제품	55
..... 85	<그림 II-22> 품목별 제품 구입 시 중요 요소 - 드레싱류, 소스류, 장류	56
..... 86	<그림 II-23> 품목별 제품 구입 시 중요 요소 - 전분, 분말류, 당류, 조미식품	57
..... 87	<그림 II-24> 품목별 제품 구입 시 중요 요소 - 커피류, 다류, 비알콜음료류	58
	<그림 II-25> 품목별 제품 구입 시 중요 요소 - 건강기능식품, 건강식품	59
	<그림 II-26> 품목별 제품 구입 시 중요 요소 - 알콜음료	60
	<그림 II-27> 최근 3개월 내 구입 경험률 - 간편식	61
	<그림 II-28> 간편식 구입 이유	63